



Toussaint, Florence

Televisión sin fronteras

México: Siglo XXI, 1998.

LA AUTORA EXPONE EN *TELEVISIÓN SIN FRONTERAS* una reflexión en torno a lo que se ha dado en llamar globalización de los medios de comunicación. Un texto que a primera vista parece sólo un estudio comparativo entre las industrias culturales de México y Estados Unidos, resulta en un rico panorama del desarrollo mediático de ambas naciones, esencialmente del mexicano, en el contexto de la modernidad, en la que los medios de comunicación masiva han sido permeados por la globalización y, al mismo tiempo, han fungido como facilitadores de ésta.

La globalización —o movimiento capitalista mundial— ha supuesto una serie de cambios en nuestro país, cuyas razones geográficas nos han vinculado estrechamente con Estados Unidos. La industria de la cultura nacional se ha visto inmersa en una intensa transformación y, en este sentido, Toussaint indica los objetivos del presente texto, que van desde mostrar el desarrollo de las industrias mediáticas de México y Estados Unidos y la relación entre ambas, hasta descubrir cuál fue el camino recorrido, las etapas del proceso, los tiempos de quiebre y de crisis que expliquen el fenómeno de la globalidad en ambos países.

Florence Toussaint reconoce el problema que representa hablar de globalidad, pues hoy se habla de globalización como antes se hablaba de transnacionalización, de imperialismo y expansión capitalista. Así, la autora sugiere que, para

los fines de esta obra, no se tome el término de forma literal, pues existen muchos espacios aún no alcanzados por este fenómeno, e incluso hay naciones enteras aún distantes de la era de lo global, especialmente en el ámbito cultural.

El texto de Toussaint se presenta a la manera de una cronología explicada por medio de duplas o mancuernas como “De Mickey Mouse a Hércules”, para exponer el origen y desarrollo de la industria cultural en Estados Unidos y “De *El Imparcial* a *Nada personal*” para hacer lo propio con el caso mexicano, en los cuales la autora presenta una suerte de radiografía con fechas, sumas monetarias, compañías, cifras de espectadores y nombres de personajes que intervinieron en el desarrollo mediático de ambos países en cuanto a prensa, cine, radio y televisión, aunque deja de lado la Internet, artilugio no menos importante en el proceso globalizador.

Televisión sin fronteras no nos ofrece una metodología para analizar los medios de comunicación masiva; más bien las reflexiones aquí presentadas provienen de una intensa investigación del desarrollo de aquéllos, desde la óptica tecnológica, política, ideológica, económica y cultural, lo que permite a la autora llegar a conclusiones relacionadas con las diferencias entre ambas industrias mediáticas. México, en este sentido, depende de Estados Unidos desde que nacen las primeras empresas lucrativas en el ramo cultural y la influencia estadounidense ha sido determinante.

El texto propone como síntoma de globalidad, en los medios de comunicación masiva, la formación de consorcios, conglomerados, monopolios y oligopolios, tanto en Estados Unidos como en México, bajo la premisa de que las empresas grandes absorben a las pequeñas porque éstas se hallan en crisis o tienen escasos recursos o, por otro lado, se unen para tener mayor fuerza, en una especie de conquista de mayor número de espacios mediáticos, al grado de que un medio individual, aislado de los demás, ya no existe.

En el contexto mexicano encontramos que el fenómeno de la globalidad se ha dado en dos sentidos: hacia adentro, por la influencia del norte, del cual copiamos el modelo de televisión comercial e importamos productos comunicativos de toda especie; y hacia afuera, exportando películas —especialmente durante la *época de oro*—, así como telenovelas a América Latina, Europa e incluso Asia. El caso Televisa es significativo, pues esta empresa ha logrado traspasar fronteras, creando filiales fuera del país, como Galavisión, Univisión y Telemundo, seguida por su ahora mayor competencia, TV Azteca.

La autora llega a la conclusión de que el proceso de la industria cultural en México y Estados Unidos tiene un mismo propósito: convertir el entretenimien-

to y la información en negocio, maximizar las ganancias y reducir las opciones diferentes al público. Así, un posible y enorme espectro de diversidad en cuanto a formas y contenidos en los medios se ha visto reducido a una sola propuesta que varía en los detalles y matices, pero cuya matriz se encuentra bien definida y acotada. Lo anterior resulta de una industria concentrada, oligopólica y de alcance internacional bajo un modelo que se ha establecido a lo largo de más de cien años.

Sin perder de vista que la industria cultural tiene la peculiaridad de manejar mercancía ideológica (de valores, conceptos, visiones del mundo que conforman la nueva cultura), confirmamos a lo largo de este trabajo que el *globalismo* es un proceso que contribuye al afianzamiento de la hegemonía estadounidense, tendencia que en lugar de ayudar a que los materiales nacionales se internacionalicen con mayor fluidez, pone en riesgo la supervivencia económica de las empresas mexicanas.

En suma, *Televisión sin fronteras* aporta al estudio de los medios de comunicación masiva el factor globalización, mediante la investigación historiográfica y la reflexión. Fenómeno que se va tejiendo desde los inicios de la industria cultural y que sigue nutriéndose de los vehículos mediáticos cuyo papel esencial en este proceso ha permitido la circulación de capital rápida y globalmente, gracias a sus posibilidades tecnológicas.

Y precisamente ese papel crucial de los medios de comunicación en el proceso globalizador es lo que da vida a este texto, pues aunque los *mass-media* no son omnipotentes creadores de conciencia colectiva, infalibles y todopoderosos, como asegura la autora, sí tienen un inobjetable peso en la difusión de los llamados “sueños globales”. (YGC)